

CIO's: Gestionando un rol complejo

CIO 15th annual state of the CIO study. Special Foreword by Snowflake



Contenido

Introducción: La aparición de datos alternativos	03	Una visión de futuro de la nube de datos	17
Encontrar aristas en las finanzas	04		
Una plataforma para poner en marcha sus datos	05	El papel del CDO ante la tendencia de la nube de datos	18
Encontrar aristas en las finanzas	07		
Una arquitectura moderna que desentraña la complejidad de los datos	09	Fuente de Snowflake	19
Los retos de poner en marcha proyectos de datos	12		
Casos de uso para los CDO	13	Acerca de PowerData	20
En qué hay que fijarse: Capacidades clave de la solución	15		



Problemas del Data-Driven: El CIO de hoy tiene el mandato de liderar

La transformación digital está desafiando a los CIOs a evolucionar sus roles como líderes y gestores de ese cambio radical, y los CIOs encuestados en la "Encuesta del Estado del CIO 2016" de IDG dicen que una fuerte relación con los líderes empresariales está emergiendo como una clave para el éxito.

A medida que maduran los modelos de negocio digitales impulsados por los datos y la computación en la nube, el big data y la analítica se convierten en herramientas empresariales habituales, el cambio continuo es la norma para muchas empresas. Esta alteración supone un reto diario para los CIOs, ya que se enfrentan a tendencias y fuerzas que amenazan su eficacia, la seguridad de su organización e incluso su puesto de trabajo.

En su decimoquinta edición, la "Encuesta sobre el estado del CIO" de IDG examina esas tendencias y fuerzas a través de una lente única, agrupando a los CIO en tres categorías distintas: funcional, transformacional y de estrategia empresarial. En pocas palabras, las características de cada función son las siguientes:

Funcional: Gestiona las crisis de TI, mejora el rendimiento de las operaciones/sistemas de TI y controla los costes.

Transformación: Rediseña los procesos empresariales, lidera el cambio y cultiva la asociación entre las TI y el negocio.

Estrategia empresarial: Desarrolla y perfecciona la estrategia empresarial, estudia las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes e impulsa la innovación empresarial.

Aunque el número de CIOs que declaran centrarse en actividades funcionales (27%) aumentó con respecto a 2015, la mayor proporción de los encuestados, el 45%, se centra en actividades de transformación. Si añadimos el 27% que se autodenomina CIO estratégico, casi tres cuartas partes de los líderes de TI están trabajando al más alto nivel en esfuerzos como la diferenciación competitiva y el desarrollo de nuevas estrategias de salida al mercado.

Tendencias y fuerzas

Hoy en día, tecnologías como la nube, el big data y la analítica está desdibujando las líneas entre las funciones de TI y de negocio, en su mayoría para bien, pero no sin desafíos. La encuesta "2016 State of the CIO Survey" revela lo bueno de esas líneas difusas: Los ejecutivos de TI que mantienen una relación sólida con las partes interesadas de la empresa se desenvuelven mejor a la hora de afrontar los retos que acompañan a la

transformación digital y todo lo que conlleva, desde la ciberseguridad hasta la complejidad y la pérdida de control.

Uno de los mayores retos: la seguridad. La encuesta indica que la atención de los CIOs a la seguridad está en su punto más alto, con mandatos de seguridad que a menudo provienen de la oficina del CEO. Hay dos factores que impulsan esta atención: (1) las recientes infracciones de alto perfil que han aumentado la concienciación sobre la seguridad y (2) el crecimiento sostenido de la información digital sensible creada por las nuevas fuentes de datos y la llegada de los modelos de negocio digitales. de los modelos de negocio digitales. No es de extrañar que el informe afirme que el gasto en seguridad es el segundo, después de la inteligencia empresarial y la analítica, en lo que respecta al aumento del gasto en 2016.



Una causa común

Lo que comparten los CIO de todas las funciones: un nuevo enfoque en los clientes. "Los CIO y sus equipos se reúnen actualmente con más frecuencia con los clientes internos. Sin embargo, esperan un mayor aumento del tiempo que dedican a los clientes externos en el próximo año (54%) que a los clientes internos (48%)", dice la encuesta.

La clave es que tecnologías como el big data, la analítica y la computación en la nube, así como las tecnologías de experiencia del cliente, beneficiarán a los clientes e impulsarán el valor de la empresa.

La necesidad de liderar del CIO

A pesar de todo, los CIO, especialmente los que desempeñan funciones estratégicas o de transformación, siguen siendo la mejor opción para liderar la transformación digital. Los CIO estratégicos tienen menos obstáculos para realizar su trabajo. Suelen controlar una mayor parte del presupuesto de TI de su empresa y es menos probable que sus compañeros funcionales y de transformación se vean acosados por la escasez de habilidades de TI en roles críticos como el de científico de datos.

Para cumplir con su más alta vocación como líderes de TI y de negocio,

los CIOs necesitan adoptar tecnologías -como la computación en la nube, el big data y la analítica- que les permitan gestionar las interrupciones al tiempo que garantizan la seguridad y reducen la complejidad. Así podrán centrarse en sus verdaderas prioridades: asumir un papel de liderazgo en el desarrollo de la estrategia empresarial y facilitar el crecimiento de la compañía.



El CIO de un fabricante mundial de ropa comienza su jornada laboral cuando abre los ojos.

"Creo que la mayoría de los directores de informática lo primero que hacen es coger el teléfono", dice, para confirmar que no ha surgido ninguna crisis de la noche a la mañana que haya que abordar personalmente.

Si no se ha producido ninguna, pasa el resto del día ocupándose del futuro, leyendo sobre las tendencias de las tecnologías de la información, la moda y la fabricación y consultando con el director general, los jefes de departamento y los líderes de las unidades de negocio.

Puede consultar a los clientes de la empresa o escuchar las propuestas de las nuevas empresas tecnológicas, centradas en las ideas que pueden hacer avanzar a la empresa.

"Ser jefe significa que tienes un asiento en la mesa con los demás niveles C y que estás ayudando a establecer la estrategia corporativa", dice. El trabajo es un reto, pero también es energizante. "El director general con el que trabajo me dijo una vez: 'Tu función es adelantarte a la dirección de la empresa'. No estoy seguro de adónde las llevo, pero tienes que adelantarte a mí".

“

El director general con el que trabajo me dijo una vez: "Tu papel es ir por delante de hacia dónde va la empresa. No estoy seguro de a dónde las llevo, pero tienes que estar por delante".

CIO

Fabricante mundial de ropa

Al igual que el CIO de las empresas de ropa, una gran mayoría (84%) de los líderes de TI informan de que sus funciones son cada vez más importantes para sus empresas, según la 15ª encuesta anual sobre el estado del CIO. Sin embargo.

Esta mayor responsabilidad conlleva nuevos retos: aprovechar las oportunidades de negocio disruptivas que ofrecen la computación en la nube, la movilidad y el big data; construir una organización de TI que pueda seguir el ritmo de las nuevas demandas de negocio; y proteger a sus compañías de las amenazas emergentes para la empresa digital.

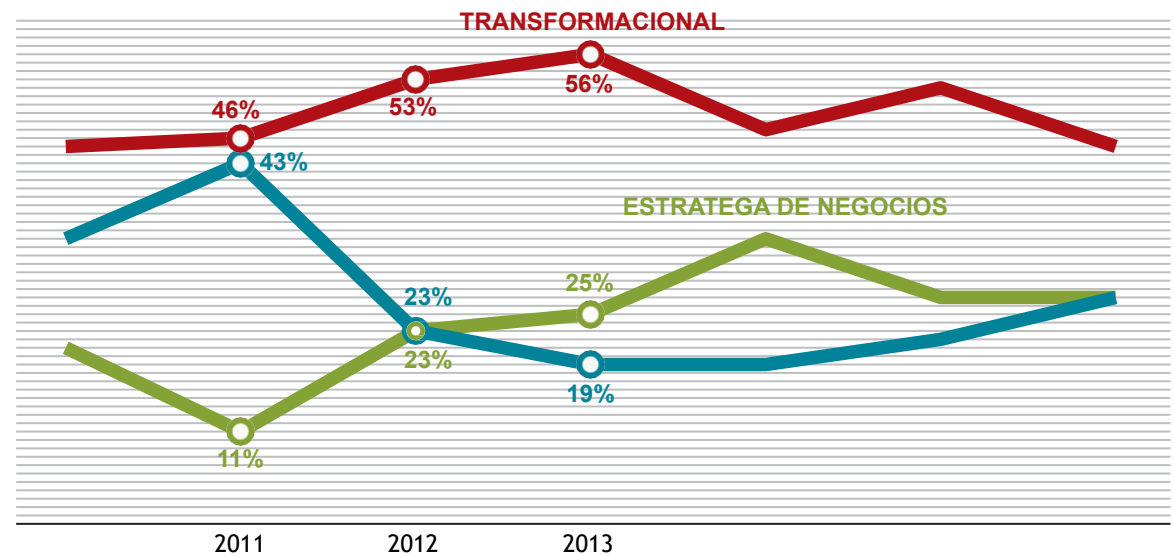
En este entorno, todos los CIO están bajo presión. Que les aplaste o les impulse a avanzar depende de su influencia con las partes interesadas del negocio. Entre los 571 ejecutivos de TI encuestados, los CIO estratégicos -aquellos que dedican la mayor parte de su tiempo a actividades de estrategia, crecimiento e innovación- son significativamente más propensos a decir que su papel es más importante hoy en día.

Estos CIO también son los más propensos a decir que su trabajo es gratificante. Son los mejor pagados, reciben más respeto y es más probable que dispongan de los recursos que necesitan para afrontar los mayores retos informáticos actuales.

En el otro extremo del espectro, los CIO funcionales que desempeñan en gran medida funciones

tradicionales de gestión de las operaciones de TI son más propensos a sentirse frustrados, si no asediados. Estos CIOs son los más propensos a decir que las TI son el chivo expiatorio cuando otros departamentos no alcanzan sus objetivos y los más propensos a sentir que el papel del CIO está siendo dejado de lado.

¿Cuál de las siguientes actividades caracteriza mejor su enfoque y cómo pasa su tiempo en su función actual?



La mayoría de los CIO aspiran a desempeñar funciones estratégicas y centradas en el crecimiento. Cuando se les preguntó a qué dedicarían su tiempo dentro de tres a cinco años, el 68% afirmó que espera un futuro en el que pueda dedicar su atención a la innovación y a los resultados empresariales. Mientras que en el pasado se ha prestado mucha atención a la alineación del negocio y las TI, el de TI, el Estado del CIO muestra que quizás hemos llegado a un punto en el que la alineación es ahora una apuesta es lo que está en juego. Aunque siguen ocupando un lugar destacado en la lista de prioridades de los CIO, actividades como la alineación de los objetivos de TI y de negocio y el cultivo de la asociación entre TI y negocio están ocupando este año menos tiempo de los CIO que en años anteriores. Los CIOs han tenido mucho éxito en demostrar que las TI son relevantes; ahora se esfuerzan por maximizar su influencia.

El imperativo de la transformación

El continuo tirón de la computación en la nube, la movilidad y el big data, junto con la aparición de modelos de negocio digitales, tiene a muchas empresas en un estado de cambio continuo. La necesidad de transformar las TI para ejecutar las nuevas estrategias empresariales significa que los propios CIO tienen que encarnar una persona compuesta por diversos conjuntos de habilidades y

fortalezas. Tienen que pensar estratégicamente cuando asesoran a sus colegas sobre el potencial de las nuevas tecnologías y actuar tácticamente para construir una organización de TI capaz de ejecutar los planes de negocio.

Debido a estos factores, el Estado del CIO considera que los responsables de TI centran actualmente su tiempo en tres áreas diferentes: estratégicamente, dedicando la mayor parte de su tiempo a actividades de estrategia, crecimiento e innovación; transformacionalmente, centrándose principalmente en la implantación de nuevos sistemas y arquitecturas, liderando los esfuerzos de cambio y alineando las TI con los objetivos empresariales; y funcionalmente, gestionando los gastos, la seguridad y las crisis de TI, y mejorando las operaciones de TI.

Pero si un CIO es estratégico, transformacional o funcional es una clasificación fluida y generalmente se relaciona con el papel que debe desempeñar la TI para ejecutar la estrategia empresarial.

Los líderes de TI, en sintonía con las necesidades del negocio, pueden incluso cambiar de función, como cuando la empresa se enfrenta a problemas urgentes de gestión u operativos de TI.

Pensemos en el CIO del grupo de una empresa europea de electrónica. La empresa ha estado ejecutando un nuevo modelo corporativo, que requiere un examen de los costes, la infraestructura y la seguridad, todas ellas actividades típicamente funcionales. Sin embargo, ese mismo CIO debe ahora empezar a pensar estratégicamente mientras se prepara para lo que viene. "Necesitamos implementar este nuevo panorama que se definió hace un par de años", explica. "Ahora estamos en un punto de inflexión. ¿Qué tenemos que hacer para conseguir una organización de TI que esté preparada para el futuro?"



La brecha de competencias

Uno de los muchos retos del papel del CIO es la creación de una plantilla con las habilidades necesarias. Casi la mitad de los directores de informática (49%) y más de la mitad (54%) de las organizaciones empresariales prevén una escasez de competencias informáticas, especialmente en big data, inteligencia empresarial y análisis; seguridad y gestión de riesgos; y desarrollo de aplicaciones. Los CIOs de las grandes empresas son, además, significativamente más propensos que sus pares de las empresas más pequeñas a identificar la escasez de habilidades en la gestión de las relaciones comerciales, la nube y la arquitectura empresarial.

En un reciente [artículo de CIO.com](#) se señala que los directores de sistemas de información tienen que equilibrar una fuerza de trabajo doble, también conocida como "TI bimodal". Su equipo tiene que mantener en funcionamiento los sistemas heredados al tiempo que realiza la transición a las nuevas plataformas. Mientras tanto, también tienen que encontrar el talento que esté preparado y sea capaz de trabajar en las tecnologías emergentes.

Sin embargo, algunos directores de sistemas de información pueden estar atrapados en un callejón sin salida, ya que su capacidad para atraer y retener a los mejores empleados depende de tener un entorno tecnológicamente atractivo. Como señala Sharyn Leaver, directora de prácticas de grupo para CIO en Forrester Research, en un artículo reciente de [CIO.com](#), los rezagados digitales tendrán dificultades para contratar a los mejores talentos y, sin los recursos de talento, las empresas no podrán tener éxito.

Sin embargo, cuando los CIO y los líderes empresariales se ponen de acuerdo sobre el papel de las TI y tienen una fuerte asociación, puede ser más fácil para los CIO contratar a las personas que necesitan.

Los resultados de la encuesta muestran que los CIO que trabajan para organizaciones en las que las TI se consideran un líder/socio empresarial son significativamente menos propensos a esperar una escasez de habilidades en el próximo año: sólo el 40 por ciento frente al 63 por ciento en las organizaciones de TI que se consideran centros de costes y el 50 por ciento que se consideran meros proveedores de servicios.



Cerrar la brecha de percepción sobre la seguridad

A raíz de las filtraciones de datos de gran repercusión, la seguridad se ha convertido en la cuestión operativa más apremiante para todos los CIO. La encuesta muestra un fuerte aumento este año en la atención de los CIOs a la gestión de la seguridad: el 46% de los ejecutivos de TI informan que este es un enfoque para el próximo año, frente al 31% en 2015.

La seguridad es también la actividad operativa a la que más tiempo dedican incluso los CIO estratégicos. Aunque en su día se consideraba un reto táctico, el estudio de este año muestra que la seguridad tiene cada vez más implicaciones estratégicas.

El éxito de los nuevos modelos de negocio basados en la nube y habilitados para la movilidad depende de una protección de datos impecable y los directores generales están empezando a darse cuenta de ello. Los ejecutivos de TI informan de que la mejora de la ciberseguridad ocupa el tercer lugar en la lista de objetivos que sus directores generales les han fijado personalmente (29%), por detrás de la finalización de un proyecto empresarial importante (40%) y la consecución de un objetivo de ingresos específico (32%). Hace tan sólo dos años, el refuerzo de la ciberseguridad ocupaba el octavo lugar.

Aunque antes se consideraba un reto táctico, el estudio de este año muestra que la seguridad tiene cada vez más implicaciones estratégicas.



"Contamos con un gran apoyo de alto nivel por parte de nuestro director general para implantar un programa de seguridad", afirma el ejecutivo de electrónica. "Ahora tenemos un CISO como parte de nuestra organización de TI. En el pasado, ese no era el caso".

Además, la seguridad es la principal iniciativa tecnológica que impulsa la inversión en TI. Y los CIO funcionales, a pesar de sus retos, son incluso más propensos que otros ejecutivos de TI invertir en seguridad. El cuarenta por ciento de los lo citaron como una de las principales iniciativas de TI, en comparación con alrededor de una cuarta parte de sus compañeros.

Sin embargo, los CIOs y otros líderes empresariales no están completamente alineados en cuanto a la seguridad. Una comparación de los datos del Estado del CIO con una investigación relacionada realizada por la empresa de investigación de mercado IDC (una compañía hermana del editor de CIO, IDG Enterprise), muestra que los líderes de TI y de la línea de negocio están de acuerdo en los dos principales impulsores de las inversiones en tecnología: aumentar la eficiencia operativa y mejorar la experiencia del cliente.

Pero difieren cuando se trata de la importancia de otras iniciativas empresariales en el gasto

tecnológico, incluyendo el aumento de la ciberseguridad. Para los CIO, la ciberseguridad se encuentra entre sus tres principales iniciativas, mientras que para los líderes empresariales sólo se encuentra entre las cinco primeras.

A pesar de la atención general que se presta a la seguridad, la forma en que las partes interesadas de la empresa perciben las TI tiene un efecto directo en el gasto en seguridad. Según el estudio de este año, las empresas gastan, de media, el 12% de sus presupuestos de TI en seguridad. Pero los promedios son significativamente más altos en las empresas en las que las TI son vistas como un líder empresarial (19%), en comparación con las organizaciones en las que las TI son consideradas un centro de costes o un proveedor de servicios (10% cada una).

Además, una sólida asociación entre el negocio y las TI está ciertamente relacionada con el hecho de que una empresa tenga una estrategia de seguridad estrechamente integrada con su estrategia general de TI. El 89% de los CIO que trabajan en organizaciones en las que las TI se perciben como un socio/líder empresarial dicen que la seguridad está al menos algo integrada, si no estrechamente integrada, con su estrategia de TI.



Contamos con un gran apoyo de nuestro director general para implantar un programa de seguridad. Ahora tenemos un CISO como parte de nuestra organización de TI. Antes no era así".

CIO del Grupo

Empresa europea de electrónica



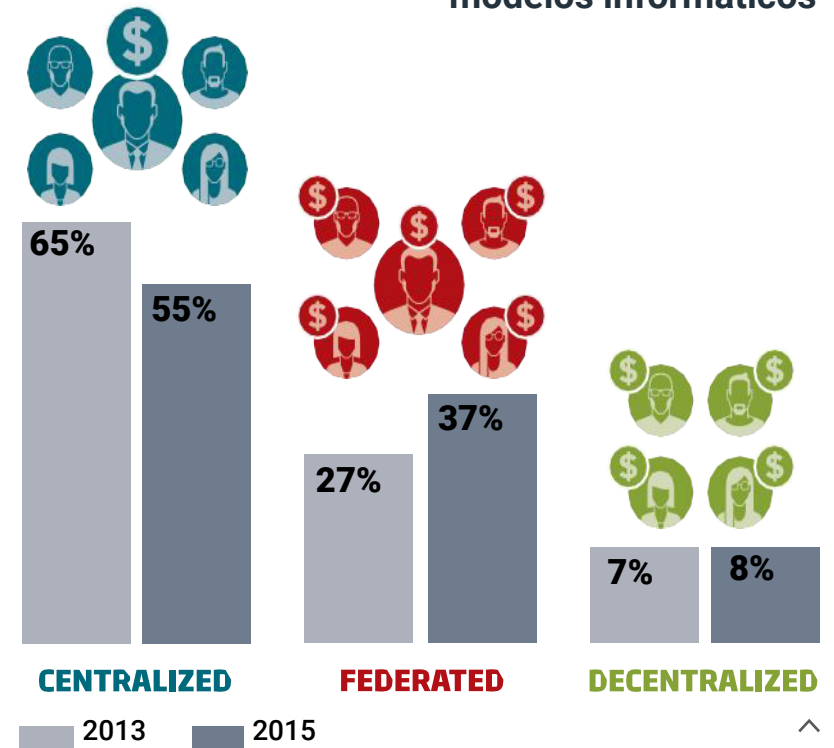
Colaboración y comunicación

El establecimiento de relaciones productivas con los colegas del nivel C y otras partes interesadas del negocio siempre ha sido importante. Sin embargo, la colaboración entre TI y el negocio puede ser aún más importante en 2016, ya que el apetito por la tecnología aumenta en los diferentes departamentos.

Hace tres años, los CIOs predijeron que las TI controlarían directamente una media del 66% del gasto en tecnología en sus organizaciones después de tres años. Hoy en día, los CIOs informan de que sólo controlan una media del 57%, menos de lo que habían previsto.

Entender por qué la disminución del control de TI ha superado las expectativas tiene mucho que ver con la comprensión de los diferentes modelos de TI. En el estudio Role & Influence of the Technology Buyer de 2015, realizado por la empresa matriz de CIO, IDG Enterprise, podemos ver cómo los modelos de TI están cambiando con el tiempo. Las organizaciones centralizadas, (que dan a los CIO el control del presupuesto de TI y de los activos tecnológicos), han pasado de ser el modelo de TI para el 65% de las organizaciones en 2013, al 55% en la actualidad. Hay un aumento comparable en las organizaciones federadas, (que tienen algunas decisiones y activos de TI distribuidos entre las unidades de negocio unidades de negocio), que han pasado del 27% en 2013 al 37% en la actualidad. Las organizaciones descentralizadas, (unidades de negocio de TI totalmente independientes), se mantienen en un lejano tercer lugar, con sólo el 8% de las organizaciones que adoptan este modelo, y sin cambios materiales en este número en dos años. Dado que estos modelos de TI son fluidos y pueden cambiar junto con el cambio organizativo, es difícil predecir quién controlará los presupuestos en el futuro.

El control del presupuesto técnico depende del cambio de los modelos informáticos



El aumento de la participación en el gasto tecnológico de otros departamentos puede no ser un cambio negativo, siempre y cuando los CIO sigan influyendo en la implantación de la tecnología. La relación del CIO con el marketing es un ejemplo de ello.

En un tercio de las empresas, el marketing tiene su propio presupuesto tecnológico. Sin embargo, la mayoría de los CIO (92%) participan en las decisiones de compra de la pila tecnológica de marketing en algún nivel, la controlen o no directamente.

Pero cuando el departamento de TI se considera un socio comercial o un líder, es mucho más probable que los CIO participen en la aprobación de las compras de soluciones y en la selección final de proveedores que en las empresas en las que el departamento de TI se considera un centro de costes o un proveedor de servicios. Los socios comerciales/ líderes también son significativamente más propensos a informar de que su relación con el marketing se ha vuelto más colaborativa en los últimos tres años.

Por lo tanto, a medida que las relaciones se vuelven más críticas para el éxito del negocio, ¿cómo puede un CIO elevar su relación con sus compañeros de negocios? Bueno, puede que quieran empezar por examinar su comunicación: El 64% cree que comunicarse con las partes

interesadas de forma más eficaz es la forma más importante de mejorar estas relaciones. Dado que más de dos tercios (68%) de los CIOs o sus subordinados directos se reúnen diaria o semanalmente con los clientes internos -y la mayoría (51%) no ve la necesidad de que estas reuniones aumenten- lo que ocurre en estas reuniones puede ser lo más importante.

"Tenemos líderes de TI alineados con cada uno de nuestros cuatro segmentos de negocio. Esos líderes mantienen un diálogo continuo sobre las necesidades de nuestros asociados y clientes, y sobre cómo aprovechar mejor nuestros estándares tecnológicos", dijo John Dick, de Towers Watson, en una entrevista a principios de este año. Las sesiones formales de planificación, por su parte, ayudan a su equipo a "identificar oportunidades para aprovechar la tecnología en otras unidades o en toda la empresa".

"Es importante que los líderes de TI y los empleados entiendan cómo su trabajo se relaciona con el éxito de la empresa".

Ya sea que un CIO tenga un rol estratégico, transformacional o funcional, la investigación del Estado del CIO de 2016 confirma que los líderes de TI tienen más éxito cuando son capaces de tomar su conocimiento de las operaciones y la estrategia del negocio para ejecutar iniciativas tecnológicas que hacen avanzar a sus empresas.

Es importante que sus líderes y empleados entiendan cómo su trabajo se relaciona con el éxito de la empresa".

John Dick

CIO, Tower Watson



¿Qué significa todo esto para los vendedores de tecnología?

El complejo papel del CIO puede crear desafíos para los vendedores de TI que buscan llegar a ellos y comprometerse con las soluciones que ofrece su empresa. el estudio de Persona ejecutiva de TI empresarial de IdG de 2016 proporciona algunas pistas sobre lo que los hace funcionar.

Perfil del CIO

- **Los CIOs son influenciadores estratégicos**
 - Se espera que esté bien informado y que se adelante a los acontecimientos, incluido el director general.
 - Posicionado para influir en el futuro estratégico de la empresa y poner en marcha planes para lograrlo
- **Los CIO son agentes del cambio**
 - En el pasado, se consideraba una función de apoyo
 - Ahora, existe la necesidad y el deseo de que no sólo se integre en toda la empresa, sino que impulse el cambio
- **Los CIO son accesibles**
 - Creen que son los más activos de todos los ejecutivos
 - Necesitan un mayor conocimiento de la empresa y dedican tiempo a cada departamento clave para saber cómo puede atender mejor sus necesidades

Claves del CIO

- **Necesitan un socio**
 - Considera que es importante reunirse con los proveedores para establecer relaciones y conocer su negocio
 - "A los proveedores los compras, a los socios los trabajas. Y eso es clave".
- **No compran tecnología, compran soluciones empresariales**
 - Conozca el problema del negocio, y cómo su solución resuelve ese problema
 - "Ven con los deberes en la mano sobre cómo puedes ayudarnos a nosotros y a nuestra ROI".
- **Quieren información relevante y significativa**
 - El interés por los servicios de análisis está disminuyendo, ya que son caros y su contenido es demasiado amplio
 - Los servicios de análisis ya no son la única fuente de información, ya que los CIOs comienzan a aprovechar las empresas locales con un legado de esfuerzo significativo.

Recuerde: Los CIOs aportan valor a la empresa cuando pueden adelantarse a los avances de la misma, así como a las necesidades siempre cambiantes de la organización en general.



Examinar el mercado

Creemos que la investigación tiene un valor incalculable para ayudar a conectar a los profesionales del marketing con los clientes y clientes potenciales. Nuestra cartera de investigación explora las perspectivas y los retos de nuestro público en torno a tecnologías específicas, examina los cambios en los roles dentro del proceso de compra de TI, y arma a los vendedores de TI con la información que necesitan para identificar oportunidades.

Proceso de compra

Cada año nos adentramos en el proceso de compra de TI de las empresas para saber más sobre quiénes participan y quiénes influyen en la toma de decisiones, en qué fuentes se basan los compradores para estar al día con la tecnología -y a lo largo del proceso de compra- y cómo se sienten con los proveedores con los que trabajan.

Rol e influencia del responsable de la tecnología

La encuesta anual IDG Enterprise Role & Influence of the Technology Decision-Maker se realiza para conocer la evolución del papel y la influencia de los responsables de la toma de decisiones de TI en las empresas actuales. La investigación examina la participación de los responsables de la toma de decisiones de TI durante cada etapa del proceso de compra de TI y las principales influencias y fuentes de información en las que confían a lo largo del proceso de compra.

Engagement del cliente

La encuesta IDG Enterprise Customer Engagement examina el papel que desempeña el consumo de contenidos en el proceso de compra de los principales productos y servicios tecnológicos, y proporciona información a los responsables de marketing de TI para que puedan establecer sus puntos de contacto con las necesidades de información de los clientes. La encuesta examina cómo se utiliza una amplia variedad de tipos de contenido a lo largo de las distintas etapas del proceso de compra de TI y cómo se consume, discute y comparte ese contenido.

Insights de Tecnología

Todos los años exploramos las tecnologías que más interesan a nuestro público para comprender los retos empresariales, los impulsores y la adopción en la empresa. Cada estudio de investigación está diseñado para ayudar a los responsables de marketing de TI a entender en qué se centran sus clientes y hacia dónde se mueve el mercado.

Rol & estudios prioritarios

- Encuesta CIO Tech: Perspectivas económicas
- Encuesta tecnológica del CIO: prioridades tecnológicas
- Asociación CIO/CMO
- Estudio de previsión de Computerworld
- Encuesta de vigilancia de la ciberseguridad
- Encuesta mundial sobre seguridad de la información
- Estado del CSO
- Estado de la red
- Persona tecnológica: Desarrollador empresarial

Estudios específicos de tecnología:

- Big Data & Analytics: Perspectivas de las iniciativas y estrategias que impulsan las inversiones en datos
- Computación en la nube: Tendencias clave y efectos futuros
- La consumerización de las TI en la empresa
- La empresa móvil primero
- Comunicaciones unificadas y colaboración



Fuentes de Snowflake

Esta guía es una traducción al español de la versión original "[CIO 15th annual State of the CIO study - Special Foreword from Snowflake](#)" publicado por Snowflake



PowerData, es una compañía multinacional de origen español con destacada presencia regional. Desde que se fundó en el año 2000 ha ayudado a más de 100 organizaciones de diversos sectores, categorías y nichos, quienes han depositado su confianza en el expertise y Know-how de PowerData para acelerar su camino hacia la transformación digital.

El alcance de la especialización en gestión de datos en la nube ha sido clave para que una empresa con ambiciones globales como Snowflake haya confiado en PowerData como partner para entregar lo mejor de su tecnología Data Cloud a las organizaciones.

Te invitamos a explorar en todos los proyectos donde aportamos valor con la gestión de datos en powerdata.es

